

بررسی رابطه بین مدیریت موجودی کالا و ریسک فروش محصولات در شرکتهای دارای محدودیت تامین مالی

مهران صدی^۱

^۱ کارشناس ارشد مهندسی صنایع گرایش مالی دانشگاه آزاد اسلامی واحد ابهر، mehransadri693@gmail.com

چکیده - هدف پژوهش حاضر بررسی تاثیر محدودیت های تامین مالی بر ارتباط بین مدیریت موجودی کالا و ریسک فروش محصولات بود. جامعه آماری این پژوهش شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در دوره زمانی ۱۳۸۷ تا ۱۳۹۷ بود. با استفاده از روش غربال گیری یا سیستماتیک حذفی ۱۰۳ شرکت نمونه گیری شد. در این پژوهش ابزار گردآوری داده ها اسناد کاوی بوده و اطلاعات مورد نیاز از صورت های مالی و یادداشت های همراه صورت های مالی شرکتهای نمونه استخراج شده است. برای تجزیه و تحلیل از نرم افزار Eviews استفاده شد. برای آزمون فرضیه ها از مدل رگرسیون تابلویی با اثرات ثابت برای فرضیه اول و برازش مدل رگرسیون تلفیقی برای فرضیه دوم و سوم استفاده گردید. نتایج حاکی از آن است بین ریسک فروش شرکت ها و سطح موجودی کالای آنها رابطه معناداری وجود دارد. همچنین بین محدودیت تامین مالی شرکت ها و سطح موجودی کالای آنها رابطه معناداری وجود دارد. و محدودیت تامین مالی شرکت ها بر ارتباط بین ریسک فروش و سطح موجودی کالای آنها، اثرگذار است. با نظر به اینکه ابزارهای تامین مالی در ایران، بیشتر محدود به وام و سهام عادی می شود لذا باید شرکت ها از سایر ابزارها مثل اوراق مشارکت و سهام ممتاز جهت تامین مالی پروژه های سرمایه گذاری با در نظر داشتن ویژگی های آنها مورد استفاده قرار دهند. کلید واژه- ریسک فروش، محدودیت های تامین مالی، مدیریت موجودی کالا.

در مدیریت اعطای اعتبار به بنگاه های اقتصادی با فرض

یکسان بودن دیگر مؤلفه های ساختار مالی، اولویت با شرکتی خواهد بود که دارای موجودی بهینه و با کیفیت بالاتری است و ثروت سهامداران نیز با اعمال مدیریت بر موجودی ها از دیدگاه مدیریت مالی افزایش می یابد. به لحاظ نظری ریسک فروش عبارت است از تغییرات در محیطی که واحد انتفاعی در آن فعالیت میکند، محیط می تواند شامل مشتریان، رقبا و مقررات دولتی باشد. ریسک فروش به صورت مستقیم و غیرمستقیم بر عملکرد و کارایی شرکت اثرگذار است. افزایش ریسک نوسان پذیری معیارهای عملکردی را تشدید کرده و پیش بینی روند آتی شرکت را دشوار می کند، به همین دلیل بالا رفتن ریسک فروش موجب بروز تغییر در رفتارها و تصمیمات سرمایه گذاری مدیران می گردد [۲]. به نظر می رسد زمانی که شرکتها با ریسک فروش محصولات مواجه می شوند، مدیران به دلیل کمبود اطلاعات قابل اتکا در خصوص میزان فروش آتی شرکت، با دیدگاهی احتیاطی، سعی می کننداز مواجهه با کمبود کالای احتمالی اجتناب نمایند. مدیران تلاش می کنند موجودی کالای

۱- مقدمه

مدیریت موجودی کالا، منعکس کننده راهبردهای مدیریتی در زمینه تامین بهینه کالای مورد نیاز در جهت ایجاد درآمد فروش است. این راهبردها شامل توجه به سهم بازار شرکت، کشش تقاضا، مدیریت بازاریابی، ماهیت کالاها، امکانات انبارداری شرکت، منابع نقدی در دسترس، شیوه های تامین مالی و سایر موارد مرتبط می باشد. مدیریت موجودی کالا، در شرکتهای تولیدی دارای ساختار پیچیده تری است و به رویه های تولیدی شرکت بستگی دارد [۱]. موجودی ها به عنوان پشتوانه ای مهم برای تامین مالی به شمار می روند. بسیاری از مؤسسات تامین مالی و بانکها برای دادن اعتبار در ارزیابی ساختار مالی شرکت به کمیت و کیفیت موجودی ها توجه دارند. این مؤسسات وضعیت موجودی ها را به عنوان ارقام مهم سرمایه در گردش برای کسب سود، تداوم فعالیت و سنجش توان پرداخت تعهدات، و به عنوان وثیقه و پشتوانه ی پرداخت تعهدات مد نظر می گیرند.